

ИНФОРМИРАНОСТ И НАГЛАСИ НА НАСЕЛЕНИЕТО ОТ ГРАД ВАРНА КЪМ БИОЛОГИЧНИТЕ ХРАНИ

Даниела Николова-Гелова

Областна дирекция по безопасност на храните – Варна

AWARENESS AND ATTITUDE OF THE POPULATION OF THE CITY OF VARNA TO ORGANIC FOODS

Daniela Nikolova-Gelova

Regional Directorate for Food Safety, Varna

РЕЗЮМЕ

Въведение: Наблюдава се засилваща се тенденция към търсене на храни, близки до традиционните. Биологичният метод на производство на храни посреща нуждите на тази нарастваща група потребители, т.к. използва безопасни и прозрачни методи на производство. Важна предпоставка за употребата на биохрана е информираността на потребителите.

Целта на изследването е установяване нивото на информираност на населението по отношение на биохраните, което да спомогне за по-осъзнат избор на полезни за здравето и щадящи околната среда продукти.

Методи: В проучването са обхванати 100 пълнолетни потребители. Използвана е пряка анонимна анкета. Резултатите са обработени статистически.

Резултати: Данните от проучването показват, че значителна част от населението отчита положителното влияние на биохраните върху човешкото здраве (94%) и околната среда (88%). Главните причини, които се посочват като пречка да се потребяват повече биохрана, са високата цена (33%) и недоверието към качеството на тези продукти в България (21%). Задължителната пълна информация върху етикетите на биохраните остава напълно неразпознаваема за голяма част от населението (28%).

Заклучение: Жителите на гр. Варна нямат необходимите познанията по отношение на биологичните храни. Потребителите се нуждаят от допълнителна информация за значението на данните върху етикетите и как те могат да бъдат проверени.

Ключови думи: биологични храни, информираност, население

ABSTRACT

Introduction: There is an increasing tendency towards demand for foods close to the traditional ones. The organic method of food production meets the needs of this growing group of consumers as it uses safe and transparent production methods. The consumers' awareness is a vital prerequisite for the use of organic foods.

Aim: The aim of the research is to determine the level of awareness of the population with regard to organic foods, which will help to make more conscious choice of environment-friendly products.

Materials and Methods: The research covered 100 adult users from Varna, randomly selected. A direct anonymous poll was conducted to identify the awareness and attitudes about the use of organic foods. The data are processed using statistical methods.

Results and Discussion: The research data show that a significant proportion of the population takes into account the positive impact of organic foods on human health (94%) and the environment (88%). The main reasons mentioned as an obstacle to consuming more organic foods are the high price (33%) and the lack of trust about the quality of these products in Bulgaria (21%). The full mandatory information on organic food labels remains completely impossible to understand for a major part of the population (28%).

Conclusion: The citizens of Varna have insufficient knowledge of organic food. Consumers need additional information on the importance of the data on the labels and how they can be checked.

Keywords: organic foods, awareness, population

ВЪВЕДЕНИЕ

„Биологичните храни, по определение, се основават на практики, които не причиняват вреди на околната среда и не са опасни за човешкото здраве или за растителните и животински видове”, се казва в съобщение на Европейския парламент от 18.11.2015 г.

Проучвания ги свързват с благоприятен ефект върху здравето и природата, защото:

- Съдържат повече ценни минерали, витамини, фитонутриенти (антиоксиданти, ензими, биофлавоноиди) и други полезни съставки (10,7);
- При производството им е ограничено използването на антибиотици, пестициди, химически торове, ГМО и йонизиращи лъчения (4,5,6,8,9).

Важно условие за употребата на биохрани е информираността на населението. Популяризирането на тези продукти би насърчило по-голямото потребление с всички произтичащи от това ползи за здравето на консуматорите и състоянието на околната среда.

Друг фактор, който може да промени нагласите на потребителите, са имитациите на биологични храни, т.е. конвенционални храни, които поради използване на подвеждащи термини върху опаковките или при тяхното рекламиране, биха могли да заблудят купувачите.

Въпреки нарастването на броя на обектите, в които се предлагат за продажба биохрани през последните години, те остават неразпознаваеми за потенциалните потребители (1,2,3).

От предходни проучвания по теми, свързани с биологичните продукти, се установи, че анкети в гр. Варна са правени, но резултатите от тях са били включени в цялостен анализ на ситуацията с този тип храни в България (1,2,3). Прегледът на достъпните източници не установи наличие на самостоятелно проучване сред население на Североизточна България. Необходимостта от получаване на по-актуална информация също е сред мотивите за провеждане на настоящото изследване.

Целта на изследването е да установи информираността на населението от гр. Варна за биохраните и нагласите на консуматорите за замяна на конвенционалните храни с такива, произведени чрез биологични методи.

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

Изследването се проведе през месеците март-април 2017 г. сред 100 пълнолетни лица в

момент на извършване на покупка на храни от търговски обекти в гр. Варна, където се предлагат биологични храни. Използвана е пряка индивидуална анонимна анкета, състояща се от 26 структурирани въпроса. В анкетната карта е включен демографски блок, който съдържа въпроси за пол, възраст, семейно положение, брой на членовете в домакинството, степен на образование, основно настоящо занятие, типа на организация, в която работят респондентите. Данните са обработени чрез статистически методи.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

За да се изясни какъв е демографският профил на участниците в допитването, в анкетата бяха включени идентификационни въпроси. Това е важно, за да се определят групите, към които трябва да бъдат насочени мерките за повишаване на информираността по темата за биологичните храни.

Анализът на демографския профил на участниците в допитването показва: В проучването са включени равен брой мъже и жени. Разпределението по възрастови групи е както следва: под 25 г. – 17%, от 25 до 34 г. – 18%, от 35 до 44 г. – 22%, от 45 до 54 г. – 27%, от 55 до 65 г. – 12%, над 65 г. – 4%. С висше образование са 56% от респондентите, със средно – 42%, под това ниво на образование са 2%. Повече от половината от запитаните (63%) имат брак или живеят с партньор, 27% са в групата неженен/неомъжена, 4% – разведен/а, 6% са овдовели. Преобладават домакинствата, състоящи се от 3 човека (33%), следвани от 27% двучленни домакинства, 20% са с 4 човека у дома, самостоятелно живеят 12%, а повече от 4 души в домакинството имат 8% от запитаните. Като цяло 40% от потребителите споделят, че биха отделили средства за биохрани, но делът на домакинствата с финансови затруднения също не е малък – над 30%. Над половината от анкетираните работят в частния сектор, а ¼ заемат държавна длъжност. По отношение на децата повече от половината домакинства (67%) се състоят от пълнолетни лица, като цяло в 33% се отглеждат деца: 24% се грижат за едно дете, 7% са с две деца, а 2% съобщават за трима непълнолетни в домакинството. В семействата с деца 27% купуват много често биохрани, но също толкова никога не са употребявали такива продукти, поне веднъж годишно на трапезата си поставят биологични храни 25% от потребителите с деца, а по-рядко – 21%.

Какво представляват биохраните според потребителите

Данните показват, че близо половината от анкетиранияте окачествяват биологичните храни като екологично чисти, 16% от респондентите са сигурни в естествения произход на съставките им, почти 1/5 считат, че произведените в домашни условия храни са биологични, незначителен процент от респондентите имат негативно отношение – заявяват, че са ментета (5%), а 3% се затрудняват да ги определят (Фиг. 1).



Фиг. 1. Какво представляват биохраните според потребителите

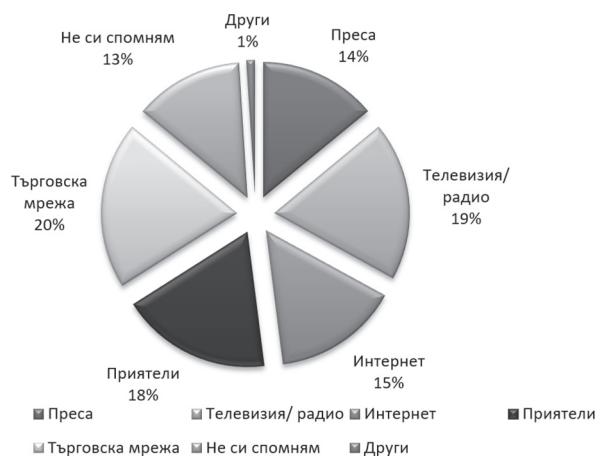
Почти всички участници в допитването считат, че биологичните храни са полезни за човешкото здраве (94%) и значителна част (88%) намират връзка между биохраните и опазването на околната среда. Тези два резултата са важни, защото говорят за положителна нагласа, върху която база може да се изгради стратегия за увеличаване на потреблението на продукти, произведени чрез биологични методи, с всички произтичащи от това ползи за елементите на околната среда и биологичното разнообразие.

ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ

Сравнително равномерно са разпределени източниците за получаване на първоначална информация за биологичните храни. Най-много (20%) от запитаните за пръв път са разбрали за съществуването им от търговските обекти, следвани от електронните медии (19%), близката социална среда (18%), интернет (15%) и печатните издания (14%) (Фиг. 2).

Покупка на биохрана

Въпреки че над 30% от респондентите са купували биохрана поне веднъж годишно и почти толкова от населението споделят, че ги включват в менюто си много често, кумулативният процент на хората, които никога не са купували или купуват твърде рядко е сравнително висок (35%) (Фиг. 3).



Фиг. 2. Източници на първоначална информация



Фиг. 3. Честота на покупка на биологични храни

Конкретните причини, които се посочват като пречка да се потребяват повече биохрана, са високата им цена (33%) и съмнения по отношение на тяхното качество в България (21%), което се потвърждава от 60% от интервюираните при отговор на въпроса какво би ги накарало да купуват по-често. Също ¼ от респондентите държат да получават по-подробна информация относно биохраните, предлагани на пазара (Фиг. 4).



Фиг. 4. Мотивация на потребителите за покупка на биологични храни

Като предпочитано място за закупуване на биохрани 34% от анкетиранияте са споделили, че това е масовата търговска мрежа (супермаркети, хипермаркети). Приблизително 1/10 от запитаните желаят да контактуват директно с производителя, а около 20% предпочитат да се снабдяват с такива продукти от специализирани магазини. Варненци изразяват недоверие към поръчка на биологични продукти по интернет – едва 1% биха разчитали на доставка по този начин. Това може да бъде обяснено с необходимостта от преки контакти с разпространителите за получаване на повече информация за тези специфични храни и техните свойства.

При наличието на голямо разнообразие от храни в търговските обекти, изследователски интерес представлява дали хората успяват да различат биологичните от конвенционалните продукти. Почти ¼ се ориентират по наличието на знак за биологично производство, а близо 1/5 са неинформирани и търсят описание върху опаковките за съдържание на натурални съставки. Над ¼ от анкетиранияте изискват сертификата, който да потвърди приложението биологичен метод на производство. Незначителна част от потребителите (6%) се доверяват на персонала в специализираните магазини за биологични и здравословни храни, без да се интересуват от допълнителна информация.

Повечето от запитаните (63%) са сигурни във визията на логото за биологично производство. Част от респондентите (12%) нямат необходимата информация и посочват, че знакът, който се поставя върху биохраните, е логото на самия Европейски съюз. Само 17% от потребителите са запознати с изискването за задължителен знак на биохраните (този за биологично производство на ЕС), приблизително толкова смятат, че задължителното означение на биохраните е националният знак за биологично производство, а като цяло значителна част от анкетиранияте не са наясно – техният дял е приблизително 30%. Не е голям дялът на запитаните, които считат, че върху опаковките трябва да се изписва и кодовият номер на сертифициращата фирма (12%), под 10% от респондентите са посочили, че е необходимо да бъде указан произходът на суровините. Голям е дялът на хората, които не знаят или не са отговорили на въпроса (28%). Тъй като европейското законодателство предвижда освен знака за биологично производство върху етикета да се изписват данни за сертифициращия орган и произхода на съставките на храната, може да се

каже, че потребителите се нуждаят от повече информация за тези изисквания.

Интерес представлява дали потребителите могат да бъдат подвеждани от използването на различни термини, като например „натурален продукт“. Проучването установи, че само ¼ от населението на гр. Варна е правилно осведомено, че натуралните храни не могат да бъдат отъждествявани с биологичните. Голяма част от респондентите (38%) мислят, че произведените при домашни условия храни са биологични, а това не е гарантирано. Над 90% вярват, че биохраните не съдържат ГМО. Почти всички интервюирани (93%) изразяват мнение, че при отглеждането на растения чрез биологични методи не се разрешава третирането им с изкуствени торове и пестициди, а 95% от респондентите са убедени, че при продуктите от животински произход не се използват химикали, антибиотици и хормони. Значителна част от респондентите (81%) са склонни да консумират биохрани, знаейки че са произведени по биологичен начин, което разкрива положителната нагласа на населението към биологичните продукти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ПРЕПОРЪКИ

Населението на гр. Варна не е достатъчно информирано по отношение на биологичните храни. Един от ключовите моменти при предлагането на този тип продукти е недоверието в техния произход. Ето защо е необходимо да се иницират кампании за подобряване информираността на хората по отношение на тяхната етикетировка и начините, чрез които информацията от нея може да бъде проверена.

Налице е положителна нагласа у потребителите към тези продукти – повечето хора свързват биохраните със здравето и опазването на околната среда и изразяват готовност да консумират биологични храни при определени условия. Получаването на повече достоверна информация по темата и по-достъпните цени са факторите, които биха повлияли избора на консуматорите.

Наличието на множество нормативни документи за биологичните продукти, сложността и препратките в съдържанието им възпрепятстват повишаването на познанията на потребителите. В сайта на МЗХГ се съдържа информация за действащото законодателство по темата и регистри на операторите (производители, вносители и търговци на едро) и контролиращите лица, но по-полезно за популяризирането на биохраните би било създаването на специализиран сайт, където да има възможност потребителите да зада-

ват въпроси, да споделят мнения и да получават компетентни отговори.

Билбордовете са пряк и въздействащ начин за предоставяне на информация на населението по отношение на биологичните храни. Необходимо е привличането на стейкхолдери и организирането на рекламни кампании, в които могат да се включат неправителствени организации. Финансирането може да се подпомогне и чрез европейски фондове.

В местните и национални радиа и телевизии също могат да се популяризират биологичните храни, в някои от съществуващите рубрики, които дават съвети за поддържане на човешкото здраве или лайфстайл предавания. Университетските телевизии също са подходящ форум за разпространение на знания сред младото поколение.

Друга възможност за осъществяване на масови информационни и промоционални кампании са големите вериги супермаркети, където могат да бъдат поставени информационни табла на самия вход за клиенти, така че те да забележат информацията за биологичните храни, изписана върху тях (например „Търси знака“, последвана от цветно изображение на логото за биологични продукти). Популяризирането може да се извърши и чрез обявяване на седмица на биологичните храни и посредством рекламните брошури на самите търговски обекти да се заостри вниманието на населението върху тези продукти.

Фермерските пазари в гр. Варна са притегателно място за хора, които желаят да се хранят с качествени храни, затова ръководителите им също могат да спомогнат организирането на дегустации на биологични храни, съчетано с разясняване на изискванията към тях. На тези събития могат да бъдат поканени специалисти от различни дисциплини (селско стопанство, хранителни технологии, изследване на потребителите, анализ на качеството, изследвания в областта на общественото здраве), които да споделят своите знания и да отговорят на възникналите въпроси.

Интервенция изисква и най-младото поколение, т.к. формирането на хранителни навици започва в ранна възраст. Целта е в часовете по здравословно хранене да се представи алтернативата – биологични храни. Добре би било да научат какво представляват биохраните, полезни ли са за човешкото здраве и околната среда и как да ги различават от конвенционалните им аналози. За децата в предучилищна възраст могат да бъдат организирани сценки с участници, облечени в костюми на различни хранителни проду-

кти, като част от тях да бъдат маркирани с логото за биохрани.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джабарова, Ю., Изследване поведението на потребителите на пазара на биологични храни в България. Икономика и управление на селското стопанство, 52, 6/2007
2. Иванова, Д.; Василева, Е.; Стефанов, С.; Типова, Н. Биологичните продукти в България, ИК УНСС, София, 2012
3. Производство, разпространение и потребление на биологични продукти в България (резултати от проведено маркетингово проучване), Витоша Рисърч, София, 2009
4. Регламент (ЕО) № 834/2007 на Съвета от 28 юни 2007 г. относно биологичното производство и етикетирането на биологични продукти и за отмяна на Регламент (ЕИО) № 2092/91, Официален вестник на Европейския съюз L 189/20.07.2007
5. Регламент (ЕО) № 889/2008 на Комисията от 5 септември 2008 г. за определяне на подробни правила за прилагането на Регламент (ЕО) № 834/2007 на Съвета относно биологичното производство и етикетирането на биологични продукти по отношение на биологичното производство, етикетирането и контрола, Официален вестник на Европейския съюз L 250/18.09.2008г.
6. <https://www.organic-center.org/news/what-the-latest-research-actually-says-and-doesnt-about-organic/>
7. http://www.puls.bg/health/bioproducts/news_7894.html
8. http://www.puls.bg/health/bioproducts/news_9999.html
9. http://www.puls.bg/health/bioproducts/news_11560.html
10. http://www.puls.bg/health/bioproducts/news_12057.html

Адрес за кореспонденция:

Даниела Николова-Гелова
Областна дирекция по безопасност на храните –
Варна
Варна, ул. „Софроний Врачански“ 19
gelova007@abv.bg